TÁC GIẢ: TRẦN THỊNH LÂM

TikTok

CẨM NANG HƯỚNG DẪN TIKTOK MARKETING

2021

XU HƯỚNG

ATP HOLDINGS

LỜI MỞ ĐẦU

Trong hoạt động xây dựng nền tảng kinh doanh trên môi trường online, nếu bạn đã "chậm chân" với nền tảng Facebook, Instagram, Youtube,... khi là người "đến sau" ở thời điểm đã cạnh tranh cao, rất khó xây dựng tốt nó. Hoặc mọi thứ đang dần cạnh tranh & khó khăn hơn, cần một kênh tiếp cận mới để mở rộng

Một trong những lựa chọn tốt nhất ở giai đoạn 2021 này, đó là nền tảng mạng xã hội Tiktok, nơi đang thu hút được rất nhiều users tích cực, và sẽ còn tăng trưởng mạnh trong giai đoạn tới. Tại nền tảng này còn nhiều cơ hội & khá "mới mẻ" cho những người mới, kênh tiếp cận có thể giúp bạn #viral triệu views từ số 0.

Hiện nay chưa có số liệu cụ thể về số active users trên nền tảng Tiktok, nhưng theo quan sát các video trending chỉ trong 1-2 ngày có thể tiếp cận 15-20 triệu view với người dùng Việt Nam. Thì rất có thể số lượng người dùng tích cực trên nền tảng này đã trên 35 triệu người (so với Facebook, Zalo là trên >60 triệu)

Cũng như các nền tảng khác như Facebook, Youtube ban đầu cũng xuất phát từ tệp người dùng trẻ tuổi, nhưng theo thời gian thế hệ "cô-chú-bố-mẹ" chúng ta đã bắt đầu sử dụng nó. Và cũng không lâu nữa, Tiktok cũng sẽ thu hút được nhóm users này sử dụng & sáng tạo nội dung trên đó.



CASE STUDY CỦA BẢN THÂN KHI KHAI THÁC KÊNH TIKTOK MARKETING



MỘT KHỞI ĐẦU CHẬT VẬT VÀ HƯỚNG ĐI SAI LẦM

Mình vốn dĩ là một Digital Marketer, thường xuyên sáng tạo nội dung trên nhiều nền tảng khác nhau trong những năm qua, cũng có chút lợi thế so với những người khác. Nhưng mình bắt đầu với Tiktok khá chật vật, bởi các hướng đi sai lầm.

Mình từng tải Tiktok về ở giai đoạn đầu năm 2019, và sau đó mình phải xóa nó ngay, vì thấy bản thân "bị cuốn" & không thể dừng lướt xem các nội dung ở đây. Thời điểm đó mình không hề có ý nghĩ sẽ sáng tạo nội dung trên nền tảng này vì nghĩ rằng đây là kênh chỉ để giải trí & tệp users quá trẻ tuổi.

Mãi đến đầu năm 2020, khi covid xảy ra. Nhận thấy sự chuyển dịch lớn của users chuyển qua dùng Tiktok, mình mới bắt đầu nhận ra nên xây dựng content trên này. Mình bắt đầu sáng tạo nội dung tại đó nhưng không đạt được kết quả, các video của mình chỉ 100-200 views.

Không bỏ cuộc ở đó, mình bỏ tiền ra mua lại kênh Tiktok, thuê người kéo sub & tìm mọi cách để phát triển kênh, nhưng vẫn gặp thất bại. Lúc này đã thực sự chán & mình bỏ cuộc! Nghỉ chơi với kênh này...



TÌM RA CƠ HỘI VÀ CÓ CHO MÌNH NHỮNG BÀI HỌC LỚN

Mãi cho tới 2 tháng gần đây (27/9/2020), tình cờ đăng 1 video lên Tiktok một cách ngẫu hứng, video đó lại thu hút được >500.000 views nhanh chóng & giúp mình có hơn 5.000 follow mới. Từ đó mình mới nhận ra cơ hội vẫn còn cho mình, và mình hoàn toàn có thể làm được. Và thế là hành trình trở lại xây dựng nội dung trên Tiktok tới nay...

Mình sáng tạo nội dung liên tục sau đó, mỗi ngày đăng 5-7 video trên 2 kênh song song. Cả 2 kênh đều đang có đà lên đều mặc dù tăng trưởng không nhanh. So với các Tiktoker nổi bật khác, có hàng trăm nghìn/hàng triệu follower thì kết quả của mình chẳng là gì, nhưng quá trình đó cũng đã giúp mình rất nhiều thứ

Tạo ra gần 80.000 follow mới trên 2 kênh Tiktok của bản thân.

ATPTeam triển khai 3-5 kênh khác hiệu quả >50.000 Follow

Tạp ra chuyển đổi (Giúp mình thu đâu đó >100 Triệu thời gian qua)

Tổng views ~15 triệu (Với chủ đề khá kén View và tệp User)

Phát triển kỹ năng & kiến thức chuyên môn.
....

Tăng BRANDS cho ATP Holdings (Volume thương hiệu,...)

TẠI SAO CHÚNG TA LẠI BỎ QUA CƠ HỘI KIẾM TIỀN VỚI NỀN TẢNG TIKTOK

Câu nói quen thuộc **"Chơi Tiktok"** => Tạo cảm giác nền tảng này chỉ là nơi dành để "chơi", để giải trí tiêu khiển => Ít muốn sử dụng chúng...

Giai đoạn 2017-2018, nội dung trên Tiktok chủ yếu là các **video ngắn 15 giây** quá ngắn để truyền tải nội dung.

TUY VẬY

"Tiktok hiện nay không chỉ là nền tảng để xem các VIDEO NGẮN GIẢI TRÍ, mà còn là nơi để HỌC TẬP, CẬP NHẬT KIẾN THỨC XÃ HỘI, THEO DÕI THẦN TƯỢNG, THEO DÕI TIN TỨC THỜI SỰ, CHIA SẺ KHOẢNH KHẮC CUỘC SỐNG BẢN THÂN, KẾT NỐI VỚI MỌI NGƯỜI,... dần dần Facebook đã trở nên quen thuộc hơn."



GIỜ ĐÂY

Tiktok là một nền tảng THÚ VỊ & ĐA DẠNG, tạo ra nhiều giá trị cho users:

– Tệp người dùng trung niên, lớn tuổi tham gia nhiều hơn (nhóm 25-35 tuổi)
– Nội dung đa dạng hơn, chất lượng & được đầu tư bài bản hơn
– Video đăng tải với thời lượng dài hơn (thay vì 15 giây như trước, thì giờ đây là 1 phút, 3 phút)
– Các update mới của Tiktok, cho thấy nền tảng này luôn lắng nghe & hoàn thiện từng ngày
– ...

Với Youtube, thì mình cho rằng Tiktok sẽ dần dần thay thế & làm tốt hơn.

– Nội dung trên Tiktok được sáng tạo CÔ ĐỌNG & CHỈNH CHU HƠN (vì nhà sáng tạo chỉ có ~1 phút để truyền tải nó, thay vì trên Youtube là 5-10 phút). Từ việc nội dung ngắn & cô đọng, sẽ giúp người dùng tiếp cận thông tin với ÍT THỜI GIAN NHẤT, từ đó có thể xem được nhiều nội dung hơn...
– Lượng view trên nền tảng Tiktok sẽ nhiều hơn gấp 10-20 lần so với Youtube (vì hành vi lướt nhanh & các video có nội dung ngắn hơn). Do đó chúng ta rất dễ thấy những video có hàng triệu view nhanh chóng trên Tiktok
– Loại bỏ rào cản sáng tạo nội dung khó khăn & tốn kém thời gian. (Có thể nói Tiktok mạnh hơn hẵn các nền tảng video khác về điều này, khi hỗ trợ nhiều tính năng edit & quay video dễ dàng mà không phải tốn thời gian)
– Tại Tiktok, bất kỳ newbie nào đó xuất phát điểm là số 0 vẫn có thể nhanh chóng tạo ra hàng chục nghìn follow & hàng triệu view chỉ sau 1 video "xuất thần".
– ...



Những hạn chế hiện tại của Tiktok:

– Vấn đề bản quyền nội dung chưa được kiểm soát chặt chẽ
– Chưa hỗ trợ tính năng kiếm tiền tại nền tảng này
– Nhiều tính năng chưa được cập nhật (so với phiên bản Douyin tại thị trường Trung Quốc)
– Không phát triển trên nền tảng website như Facebook, users chủ yếu phải dùng thông qua app mobile
– Liên quan đến yếu tố chính trị, Tiktok có thể bị cấm ở một số quốc gia
– ...

Những lý do giúp Tiktok phát triển "thần tốc" trong thời gian qua & sẽ còn tiếp tục phát triển

– Giải quyết đúng insights của thị trường (nội dung giải trí, video ngắn cô đọng, giúp giới trẻ nhanh nổi tiếng, giúp đẹp hơn & tự tin hơn khi quay video,...)
– Đội ngũ phát triển xuất sắc, khả năng phát triển người dùng tại từng thị trường rất hiệu quả (tính local hóa cao)
– Nhắm vào nhóm người dùng trẻ, có khả năng sáng tạo cao
– Đơn giản & dễ sử dụng, hỗ trợ sáng tạo & chỉnh sửa video dễ dàng
– Tận dụng ngách "kẽ hở" về bản quyền nội dung, nhạc,... (giai đoạn đầu trên Tiktok chủ yếu là các đoạn nhạc 15s với giai điệu trẻ trung)
– Đang là nền tảng tốt nhất thu hút được tệp người dùng trẻ từ 16-24 tuổi. Và khoảng trống mở rộng users trong tương lai còn rất nhiều
– Nội dung mang tính giải trí cao & gây nghiện (khi users đã dùng Tiktok một vài lần sẽ dẫn đến quen thuộc & sử dụng với tần suất cao hơn)
– ...

> Nếu bạn đang kinh doanh online, hay làm những công việc liên quan đến sales, marketing. Thì đây là lời khuyên dành cho bạn... "Đừng chờ khi mọi thứ đã rõ ràng, cạnh tranh cao & khó khăn hơn, thì chúng ta mới HỌC CÁCH sử dụng nó. Hãy là người luôn NHANH CHÂN để bắt kịp các xu hướng thay đổi hiện nay"...



CHỦ ĐỘNG HƠN

Chủ động Theo dõi các kênh với chủ đề chúng ta quan tâm, theo dõi với mục đích HỌC TẬP nhiều hơn GIẢI TRÍ TIÊU KHIỂN. Để làm được điều này chúng ta cần SÀNG LỌC KỸ danh sách follow & có tính kỷ luật cao về thời lượng & tần suất sử dụng mxh này...

SÁNG TẠO NỘI DUNG HƠN

– Phát triển kỹ năng tốt hơn, kỹ năng nói & trình bày tự tin, kỹ năng làm video
– Quá trình sáng tạo nội dung, sẽ thôi thúc chúng ta HỌC TẬP & LÀM VIỆC hiệu quả hơn
– Khi làm tốt nội dung, chúng ta hoàn toàn có thể thu hút hàng chục nghìn, hàng triệu follow trên Tiktok
– Đây là môi trường rất tốt để giúp chúng ta XÂY DỰNG THƯƠNG HIỆU CÁ NHÂN
– Cũng là môi trường tốt giúp chúng ta tạo ra cơ hội KIẾM TIỀN & kiếm tiền tốt thông qua nó (trở thành KOLS, kinh doanh/bán hàng trên nền tảng này,...)
– ...



SỬ DỤNG TIKTOK THẾ NÀO ĐỂ CÓ LỢI NHIỀU NHẤT CHO BẢN THÂN?

Sai lầm thường gặp

BÀI HỌC RÚT RA TỪ NHIỀU LẦN LÀM SAI TRƯỚC ĐÓ

Sai lầm 1: vì muốn đi "đường tắt", nên mình đã mua kênh Tiktok có follow sẵn, đã xây sẵn trên 100.000 follow & từ đó đổi thông tin về phát triển tiếp. Kết quả là những video tiếp theo mình upload lên kênh không có view. Bởi nội dung sai lệch với content trước đó, không phải điều mà followers mong muốn khi follow kênh. Dần dần lượt huỷ follow khá nhiều & kênh không có view tốt...

Sai lầm 2: reup nội dung. Vì khá bế tắc khi các nội dung không có view, nên mình đã thử nghiệm cách tải video từ Youtube của người khác, và upload lên kênh Tiktok. Kết quả là kênh tăng trưởng khá tốt! Nhưng sau đó mình lại không thể khai thác gì với kênh đó khi không thể điều hướng nội dung (giống như việc mình đang "xây nhà cho người khác" vậy, và lại thất bại tập 2)

Sai lầm 3: mua 10.000 follow được kéo cho kênh cũ trước đây, nhưng sau đó tệp users sai hoàn toàn với nội dung mình chia sẻ. Và kết quả là tiếp tục thất bại & không thể xây kênh thành công.

Sai lầm 1: mình tự nhủ sẽ build kênh bằng NỘI LỰC, tự quay các video & upload lên kênh mới hoàn toàn. Kết quả là kênh mình chỉ có lây lất ~200 views mỗi video, cố gắng một thời gian mình lại bỏ cuộc!

THUẬT TOÁN PHÂN PHỐI NỘI DUNG VIDEO TRÊN TIKTOK

Tiktok luôn mong user xem những video chất lượng & đúng nhu cầu, do đó ban đầu Tiktok sẽ ưu tiên phân phối các nội dung trên top đề xuất (Video hay, view khủng), xen kẽ sẽ chèn vào những video mới đến người dùng xem.

Trong quá trình từng users xem nội dung, toàn bộ hành vi sẽ được lưu lại để phân tích, từ các phân tích dựa vào hành vi FOLLOW AI, TƯƠNG TÁC VỚI CHỦ ĐỀ NÀO,... => Phân phối nội dung đúng NHU CẦU hơn!



Làm sao để Tiktok nhận ra chủ đề bạn đang chia sẻ là gì?

– Dựa vào danh mục (mà chúng ta lựa chọn khi cài đặt hồ sơ)
– Dựa vào Hashtag
– Dựa vào mô tả
– Dựa vào hành vi users xem
– Dựa vào nội dung trong comment (hên xui)
– ...

-> Kênh thường sẽ được "GÁN" với một chủ đề nào đó & phân phối đúng tệp users.

Để các video lên ĐỀ XUẤT, thì thuật toán của Tiktok phân phối nội dung như sau:

– Mỗi video upload lên sẽ được #test ở ngưỡng 200 view, hoặc 1000 view đầu tiên.
Tuy nhiên nếu NỘI DUNG KÉM CHẤT LƯỢNG=> Users bỏ qua => Video không được phân phối tiế hoặc ít. (Với các mốc 10k view, 60k view, 100k view, 1 triệu view,... đều có ngưỡng nhát định)

– NỘI DUNG CHẤT LƯỢNG đánh giá dựa trên: LƯỢT DUET, LƯỢT XEM LẶP LẠI, LƯỢT CHIA SẺ, LƯỢT TẢI VỀ,
LƯỢT COMMENT, LƯỢT TIM, THỜI LƯỢNG XEM TRUNG BÌNH,...

– Tiktok sẽ hạn chế phân phối các nội dung bán hàng, gây hại cho người xem. Dựa vào từ khoá trên mô tả,
comment & kiểm duyệt thủ công các video trên đề xuất (tránh nhóm từ khoá như: mua bán, giá, liên hệ, sđt, nội dung sexy, ăn mặc hở hang,...)

– Ưu tiên phân phối nội dung theo các trending, dựa vào hashtag. Và phân phối theo xếp hạng tài khoản
(tài khoản tích xanh, tài khoản có lượng follow cao, tài khoản đăng tải nội dung đều đặn,...)
– ...

Tác giả: Trần Thịnh Lâm

Làm thế nào

Xây dựng kênh Tiktok hiệu quả

Từng bước để xây dựng kênh Tiktok hiệu quả?	Tối ưu hồ sơ cá nhân trên kênh Tiktok
Bước 1: Giai đoạn đầu - Làm quen với nền tảng (lướt tiktok 2-3h/ngày) - QUAN SÁT & ĐÚC KẾT CÁCH LÀM CỦA NGƯỜI KHÁC (Đây là cách học MÔ PHỎNG NGƯỜI THÀNH CÔNG)	**Đặt tên** Chọn tên phù hợp với kênh (ưu tiên kênh về thương hiệu cá nhân) **ID Tiktok** Chọn ID nào dễ nhớ & mang tính thương hiệu. Eg: Lamtran.atp
Bước 2: Xác định phong cách, chủ đề & tệp người dùng hướng tới. Lên kế hoạch sơ bộ để thực thi việc xây dựng nội dung	**Avatar, banner** Rõ nét, chuyên nghiệp, nhận diện rõ **Tiểu sử** Title kêu gọi follow "follow để giúp kênh sớm đạt 10.000, cám ơn!"
Bước 3: chuẩn bị kỹ năng, thiết bị để bắt đầu sáng tạo nội dung (hãy ưu tiên làm các nội dung đơn giản & quen thuộc với bản thân trước, dần dần tối ưu cách làm & chuyên nghiệp hơn theo thời gian)	**Chèn link trang web** Hạn chế các thông tin bán hàng/kinh doanh ở giai đoạn đầu **Cài đặt quản lý tài khoản** Nâng cấp loại tài khoản nhà sáng tạo hoặc tài khoản doanh nghiệp
Bước 4: đăng tải video, đo lường & tối ưu theo thời gian (chắc chắn ở bước này không dễ để có kết quả ngay. Nếu fail hãy phân tích lý do vì sao & đừng bỏ cuộc, hãy kiên trì để tiếp tục hoàn thiện)	**Danh mục** Chọn chủ đề nội dung kênh (quan trọng & ưu tiên thực hiện nó)

TỐI ƯU THÊM CÁC YẾU TỐ

- Concept cụ thể, đồng nhất nội dung, chủ đề. Tạo tính mới mẻ cho nội dung.
- Thumbnail chuyên nghiệp (chọn hình ảnh đẹp, chèn chữ & đồng bộ thumbnail để có nhận diện tốt)
- Hướng đến một tệp người dùng cụ thể, tạo nội dung phù hợp phục vụ tệp users đó
- Đăng nội dung ở khung giờ cao điểm (sáng từ 6-8h, trưa 12-13h, tối 7-9h), đặc biệt Thứ 7 và chủ nhật.
- Tập trung LÀM NỘI DUNG TỐT NHẤT ở 3-5 GIÂY ĐẦU TIÊN
- Tối ưu MÔ TẢ, chèn HASHTAG phù hợp (3-5 hashtag đúng nội dung, 1-2 hashtag riêng biệt)

Làm thế nào
Xây dựng kênh Tiktok hiệu quả

TRÁNH MẮC CÁC SAI LẦM TRÊN TIKTOK	CÁCH "BUILD TRUST" & VƯỢT "NGƯỠNG" VIEW
• Tập trung vào chất lượng thay vì số lượng	• Nick tương tác như người dùng thật, được lập 1-3 tháng là lợi thế
• Không nên #Reup nội dung từ kênh khác đã từng đăng tải trên Tiktok	• Tập trung các nội dung đầu thật chất lượng (Kéo view, seeding)
• Đăng nội dung bán hàng hoặc kêu gọi điều hướng về kênh khác trên Tiktok, đăng các nội dung vi phạm chính sách của Tiktok	• Đồng bộ hashtag, chủ đề, phong cách trong 5-10 video đầu tiên • Thu hút 500-1000 follow đúng chủ đề của kênh
• Đăng Video sexy & khiêu dâm, những nội dung hở ngực	• tìm mua nick có 1000-2000 follow sẵn, các video được phân phối nội dung tốt, cùng nhóm chủ đề & phát triển tiếp
• Nội dung dỡ tệ & lặp đi lặp lại, không có sự cải tiến nào (80-90% sẽ bị vấn đề này)	**=> Mục tiêu quan trọng, kênh có 500-1000 follow đúng tệp, vượt qua được ngưỡng cản 200-1000 view (tức có các video đạt 5-10k view). Tức kênh đã BẮT ĐẦU CÓ ĐÀ PHÁT TRIỂN TỐT, lúc này mọi thứ sẽ dễ dàng hơn...**

NỘI QUY CỘNG ĐỒNG TIKTOK

– TikTok là một nền tảng toàn diện, được xây dựng trên tinh thần chia sẻ có trách nhiệm

– Tiktok không cho phép những cá nhân hoặc tổ chức có tính chất nguy hiểm sử dụng nền tảng để quảng bá các hoạt động khủng bố, tội phạm hay bất cứ hành vi nào khác có thể gây hại cho cộng đồng

– Không đăng: Tên, biểu tượng, logo, cờ, khẩu hiệu, đồng phục, cử chỉ, chân dung hay những nội dung khác mang ý nghĩa đại diện cho các cá nhân và/hoặc tổ chức có tính chất nguy hiểm. Nội dung tán dương, tôn vinh hoặc hỗ trợ các cá nhân và/hoặc tổ chức có tính chất nguy hiểm

– Tiktok nghiêm cấm giao dịch, bán, quảng cáo và sử dụng một số loại hàng hóa bị kiểm soát cũng như mô tả hoặc thúc đẩy hoạt động phạm tội. Một số nội dung có thể bị xóa nếu liên quan đến hoạt động hoặc hàng hóa bất hợp pháp, hoặc bị kiểm soát trên phạm vi khu vực hoặc toàn cầu, ngay cả khi hoạt động hoặc hàng hóa đó là hợp pháp tại khu vực đăng tải nội dung

– Không đăng: Nội dung hiển thị súng cầm tay, phụ kiện súng, đạn dược hoặc vũ khí dễ nổ. Nội dung cung cấp, bán, giao dịch hoặc gạ gẫm bán súng cầm tay, phụ kiện, đạn dược, vũ khí dễ nổ, hoặc hướng dẫn cách chế tạo các loại vũ khí đó

– Không đăng: Nội dung hiển thị ma túy, tiêu thụ ma túy hoặc khuyến khích người khác sản xuất, sử dụng hoặc mua bán ma túy cũng như các chất bị kiểm soát khác

– Không đăng: Nội dung gây sốc vô cớ, tàn ác hoặc ghê rợn quá mức

– Không đăng: Nội dung thể hiện vết thương cho chính bản thân gây ra, Nội dung hướng dẫn cách tự hại bản thân, Nội dung ủng hộ chứng biếng ăn hoặc hành vi nguy hiểm khác để giảm cân

– Không đăng: Nội dung phi nhân tính, kích động bạo lực hoặc sự căm ghét

– Không đăng: Nội dung mô tả hoạt động tình dục, như tình dục xâm nhập, tình dục không xâm nhập hay quan hệ tình dục bằng miệng, Nội dung hiển thị bộ phận sinh dục, mông hoặc đầu nhũ hoa của phụ nữ. Nội dung mô tả sự hưng phấn tình dục

– ...

HÀNH VI NGƯỜI TIÊU DÙNG TRÊN TIKTOK

TIỀM NĂNG CỦA NGƯỜI DÙNG TIKTOK

TikTok mang lại cơ hội tiếp cận người tiêu dùng hiệu quả cho các nhãn hàng:



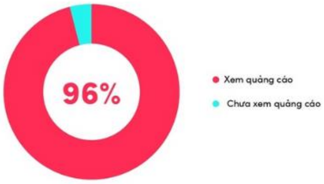
- **72%** sử dụng mạng xã hội để tìm kiếm sản phẩm của các nhãn hàng
- **82%** đã mua hàng online trong vòng 30 ngày trở lại
- **80%** tương tác với nhãn hàng trên mạng xã hội

TikTok: For Business

TIỀM NĂNG CỦA NGƯỜI DÙNG TIKTOK

Trải nghiệm quảng cáo tự nhiên và không xâm lấn của TikTok mang lại cơ hội "vàng" cho các nhà quảng cáo

96% người dùng TikTok đã xem các mẩu quảng cáo trên TikTok



TikTok: For Business

TIỀM NĂNG CỦA NGƯỜI DÙNG TIKTOK

TikTok mang lại cơ hội tiếp cận người tiêu dùng hiệu quả cho các nhãn hàng:

- **72%** sử dụng mạng xã hội để tìm kiếm sản phẩm của các nhãn hàng
- **82%** đã mua hàng online trong vòng 30 ngày trở lại
- **80%** tương tác với nhãn hàng trên mạng xã hội

TikTok: For Business



VÀ NGƯỜI DÙNG TIKTOK TẠI VIỆT NAM RẤT ĐA DẠNG ĐẤY! (***)

Người dùng TikTok không trẻ như chúng ta vẫn nghĩ!



3 trên 4 người **có việc làm**



1 trong 2 người **là cha mẹ**

TikTok: For Business

(***) GlobalWebIndex, TikTok users aged 16-64 in Vietnam, Oct 2019 to Mar 2020, n=3,298

ATP HOLDINGS

Tác giả: Trần Thịnh Lâm

GỢI Ý VỀ NỘI DUNG Ý TƯỞNG TRÊN TITOK AI CŨNG LÀM ĐƯỢC

Chia sẻ trải nghiệm, quan điểm bản thân	Tham gia các thử thách, cuộc thi theo trending
Chia sẻ trải nghiệm, quan điểm bản thân	Chia sẻ trải nghiệm, quan điểm bản thân
Hát nhép, lồng tiếng,...	Chia sẻ chuyên môn (Sức khoẻ, gym, giảm cân, boxing,...)
Thể hiện sở trường (ca hát, nhảy, múa, diễn dài,...)	Review các trải nghiệm ăn uống, du lịch,...
Kinh nghiệm ăn mặc, mua sắm, nấu ăn,...	Spy, bắt chước cách làm nội dung của người khác SÁNG TẠO HƠN
Tải ảnh & dựng thành video chia sẻ trên Tiktok	....

Lưu ý: Cũng đừng quá bất chấp sáng tạo nội dung mà tạo ra các scandal không đáng

CÁCH GIÚP CHÚNG TA KIẾM TIỀN TRÊN TIKTOK?

Xây thương hiệu cá nhân -> giúp kinh doanh/bán hàng hiệu quả	Trở thành KOLs => kiếm tiền qua booking quảng cáo
Bán hàng trên nền tảng tiktok => (điều hướng, inbox, livestream,...)	Xây thương hiệu doanh nghiệp, ví dụ như cách mình đang xây dựng "ATP Holdings" trên Tiktok
Làm dịch vụ liên quan tại nền tảng Tiktok (tư vấn, tăng follow,...)	Kiếm tiền donate của người dùng (Momo, tài khoản ngân hàng,...)
Chạy quảng cáo tại Tiktok khi thương hiệu & nhận diện cá nhân đủ tốt tại nền tảng	....

Khả năng KIẾM TIỀN lớn hay bé của chúng ta sẽ phụ thuộc vào:

– Lượng follow, nếu có hàng triệu follow thì mọi thứ sẽ dễ dàng hơn
– Tệp users follow. Tệp chất là nhóm có tiền, phân phúc cao,...
– Tệp users đúng ngách khai thác kinh doanh. (Ví dụ bạn kết nối nhóm sinh viên/học sinh, nhưng lại bán giải pháp cho nhóm chủ doanh nghiệp. Thì rõ ràng điều này không mang lại hiệu quả)
– Nội dung tự sáng tạo content, thay vì reup
– Chủ đề của kênh, có những kênh hàng trăm nghìn follow những chưa chắc giúp ích cho việc kiếm tiền. Và ngược lại, có những kênh chỉ vài chục nghìn Follow nhưng lại tạo ra MONEY rất tốt (các ngách ngon thường là chủ đề về: đào tạo, tài chính/đầu tư, review địa điểm,...)
– ...

- tương tác thật tốt với người dùng, thu hút người dùng ở lại xem & comment phản hồi (có thể dạng hỏi đáp)
- Kêu gọi sự CHIA SẺ livestream từ người dùng lên các nền tảng khác để thu hút nhiều lượt xem mới hơn
- Thời lượng livestream lâu, nên kéo dài 1-2h lượng view sẽ tăng tốt hơn
- Chọn giờ cao điểm khi livestream (tối từ 22-23h lượng users xem sẽ khá cao)
- Lên trước kịch bản livestream, tương tác với người dùng một cách chủ động
- MẸO HAY: trước mỗi livestream, hãy upload video nào đó đủ chất lượng & tăng trưởng lượt view tốt. Lúc này hãy livestream, từ users xem video họ sẽ click vào để xem cả livestream của bạn

**Điều kiện để livestream được trên Tiktok là tài khoản của bạn phải có trên 1000 lượt theo dõi & trên 18 tuổi.*

KINH NGHIỆM KHAI THÁC TÍNH NĂNG LIVESTREAM TRÊN TIKTOK

CÁCH THỨC QUẢNG CÁO TRÊN NỀN TẢNG TIKTOK



Để quảng cáo trên TikTok hiệu quả cần tập trung 3 yếu tố:

- ***Sản phẩm:*** *Chọn lựa sản phẩm dễ bán và phù hợp với tệp khách hàng trên TikTok.*
- ***Content dạng video hấp dẫn:*** *điểm mấu chốt là bạn phải sáng tạo ra được một mẫu quảng cáo có sức hấp dẫn, dễ viral và dễ gây ảnh hưởng.*
- ***Landing page:*** *khi chạy TikTok Ads, landing page giúp gia tăng tỷ lệ chuyển đổi vô cùng lớn.*

TikTok

Nguồn Admicron

1. TikTok Ads

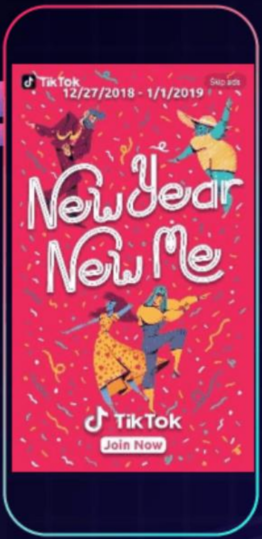
Objective	Ads Type	Buying Model	Est. KPIs	Price
Branding	First-view Takeover	CPD	Impression	Minimum 500$/order *(Chi tiết gói trong file excel rate card đính kèm)*
	Regular Takeover	CPM	Impression	
	Top View	CPD	Impression	
	Infeed Ads	CPD	Impression	
	Infeed Ads	CPM	Impression	
Engagment	Hashtag Challenge	Package	Engagement	40.000$
	Brand lens	Package	Engagement with brand effect	Standard $20,000 Premium $35,000
Performance	Infeed Ads	Bidding CPC	CPC	Minimum 500$/order

admicro CONTENT MARKETING AGENCY

1. TikTok Ads

Ad Types	Buying Model	Objective	Price
First-view Takeover	CPD	Reach	187 triêu/ngày
Regular Takeover	CPM	Reach	>12tr/order
Top View	CPD	Reach	120 triệungày
Infeed Ads_One day max	CPD	Reach	>144 triệu/ngày
Infeed Ads	CPM	Drive traffic	>19tr2/order
Hashtag Challenge	Package	Engagement	864 triệu
Brand lens	Package	Engagement with brand effect	Standard: 480 tr Premiun: 840 tr

admicro CONTENT MARKETING AGENCY



TikTok Ads_Takeover

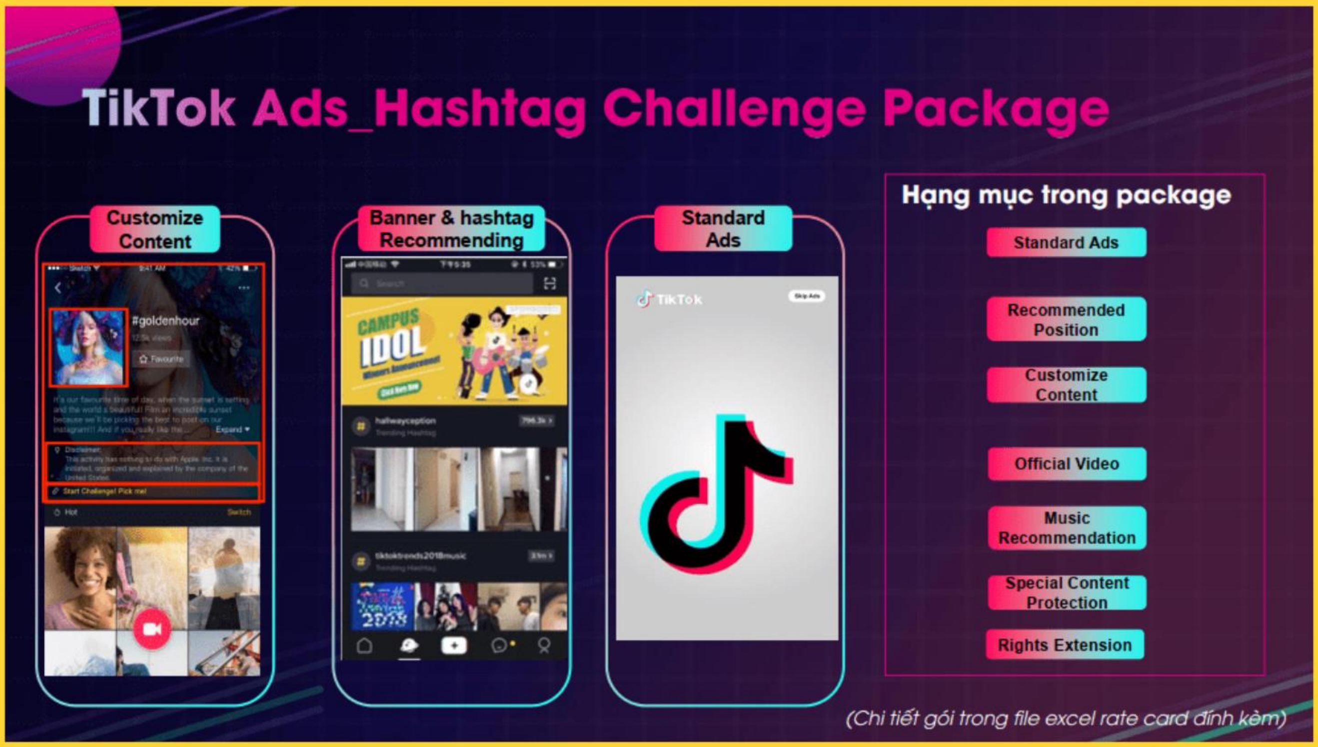
Ads Type	Brand Takeover	Regular Takeover	Top view
Định dạng	Banner/Gif/Video (3s-5s)	Banner/Gif/Video (3s-5s)	Video 15s
Buying Model	CPD	CPM	CPD
Vị trí hiển thị	Màn hình đầu tiên khi người dùng mở app		
Link đích	Hỗ trợ External và internal landing page		

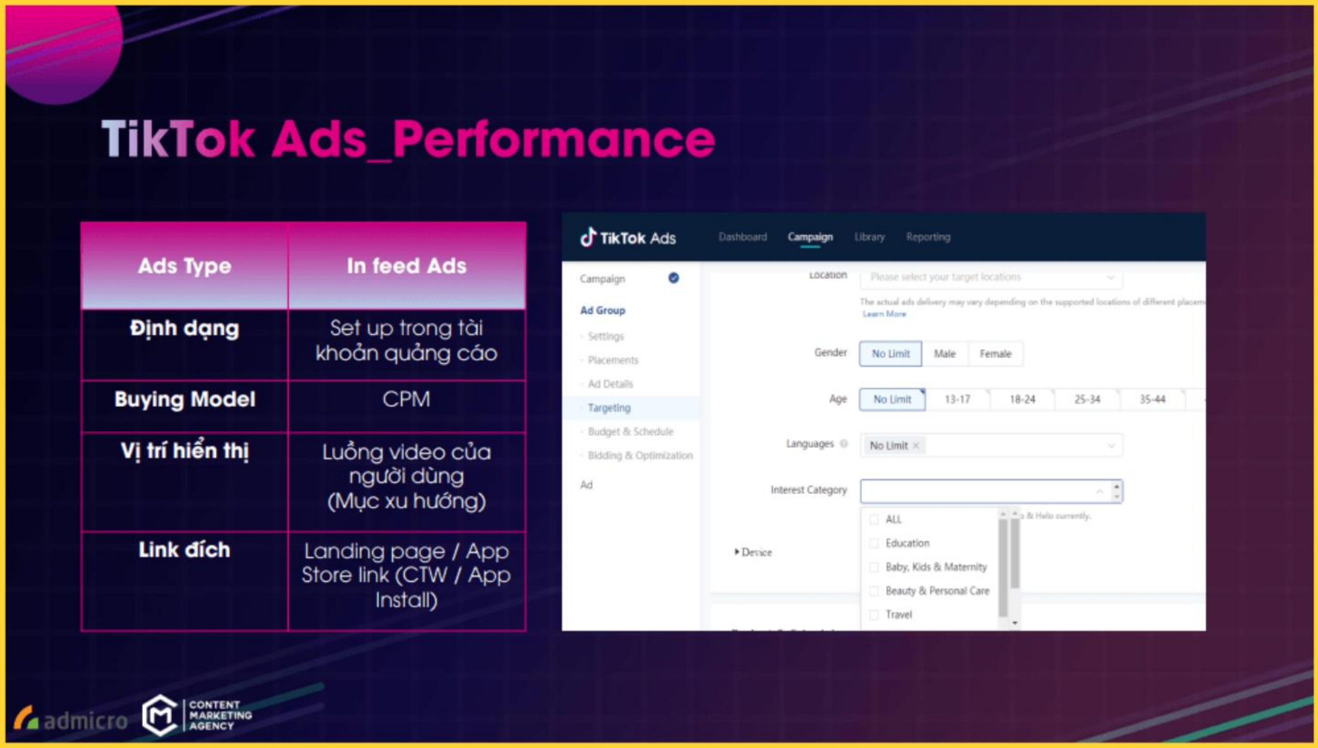
admicro | CONTENT MARKETING AGENCY



TikTok Ads_In feed Ads

Ads Type	One day max	In feed Ads
Định dạng	Video (5s-60s)	Video (5s-60s)
Buying Model	CPD	CPM
Vị trí hiển thị	Video đầu tiên trong feed (sau Brand Takeover, Regular Takeover, TopView (nếu có)	Luồng video của người dùng (Mục xu hướng)
Link đích	Hỗ trợ External và internal landing page	





Ads Type	In feed Ads
Định dạng	Set up trong tài khoản quảng cáo
Buying Model	CPM
Vị trí hiển thị	Luồng video của người dùng (Mục xu hướng)
Link đích	Landing page / App Store link (CTW / App Install)

CÁC PHẦN MỀM SÁNG TẠO NỘI DUNG

Capcut

ứng dụng chỉnh sửa video miễn phí tốt nhất trên Tiktok



Ứng dụng Clips

Tự động chèn phụ đề tiếng việt vào nội dung

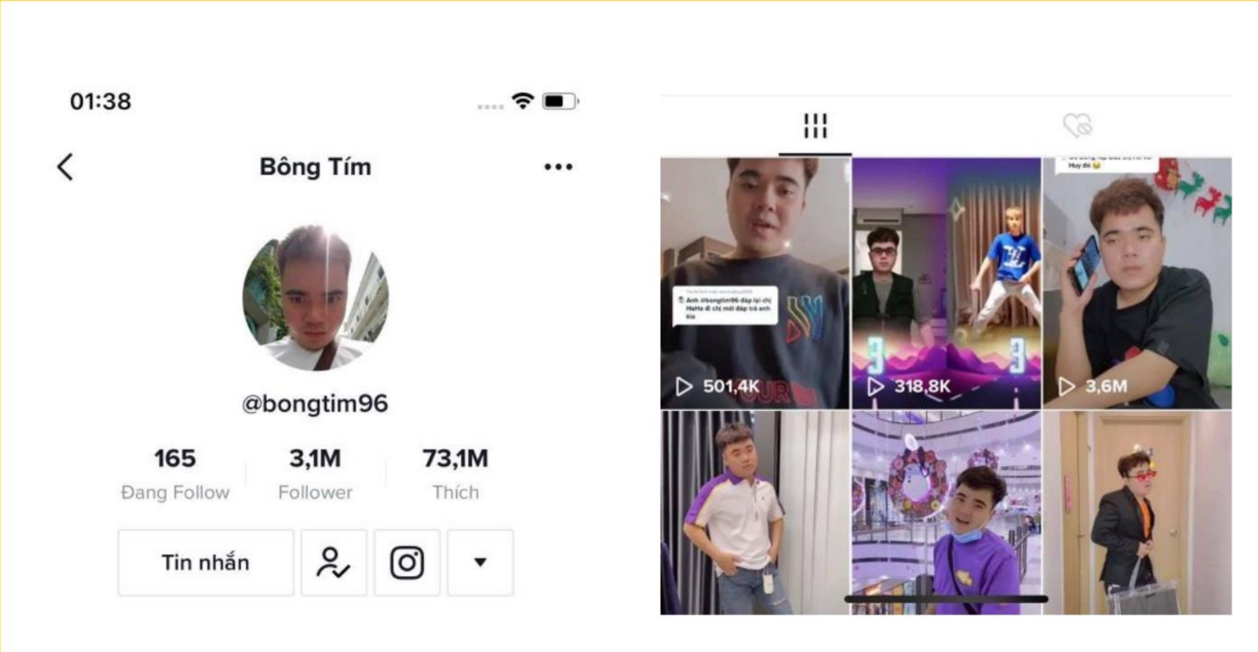


Các ứng dụng & phần mềm khác

Adobe Premiere,
Photoshop,...
InShot
YouCut
QuikVideoshop
VideoShow
Video Editor
VivaVideo
...

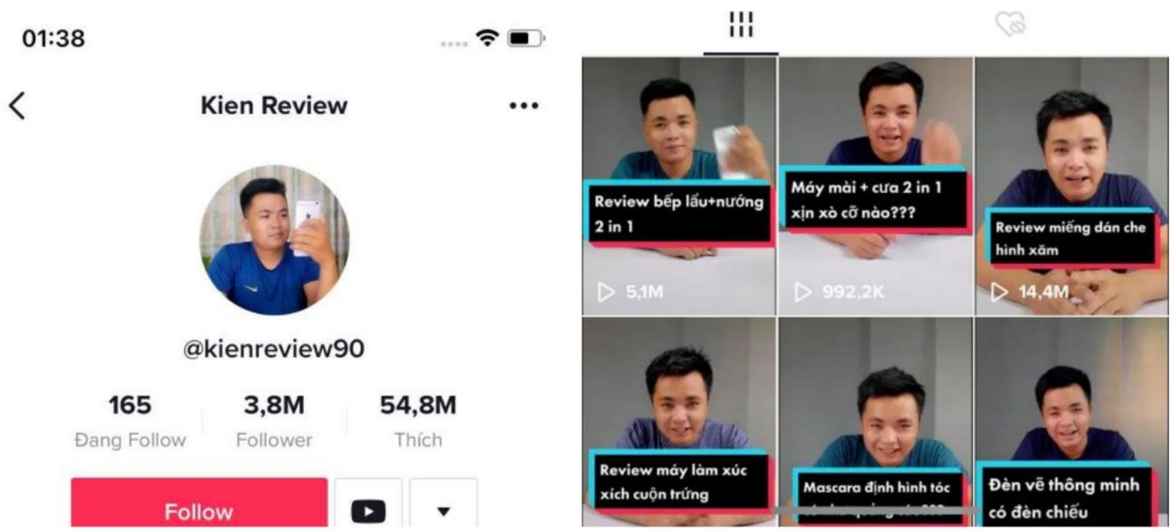
ATP HOLDINGS

Tác giả: Trần Thịnh Lâm



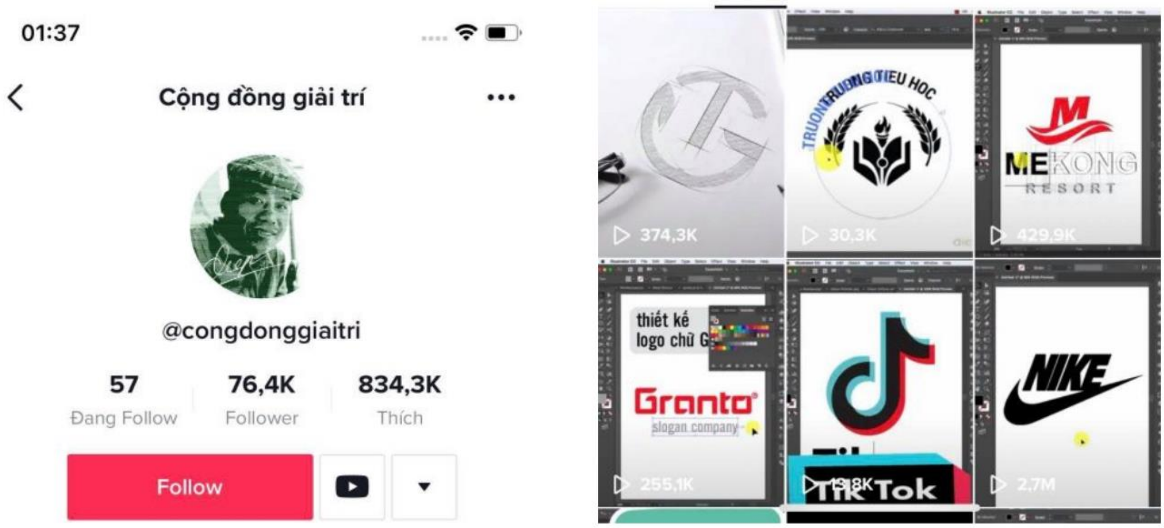
CASE STUDY CỦA TIKTOKER – BÔNG TÍM (@BONGTIM96)

– Kênh Tiktok hiện nay có 3,1 triệu lượt follow
– Ngoài nền tảng Tiktok thì KOL này còn có kênh Youtube với hơn 200.000 sub, kênh Instagram & Facebook.
– Xây nội dung cùng team 2-3 người bạn, thường xuyên xuất hiện trong kênh & từng thành viên đều tự xây được kết quả khá thành công trên Tiktok (bài học: nên có teamwork, liên minh để giúp nhau phát triển)
– Các chủ đề giải trí, hài hước rất thú vị
– Khi kênh đã phát triển tốt, gần đây Tiktoker Bông Tím được khá nhiều thương hiệu booking để PR thương hiệu (các địa điểm, quán ăn, shop,...). Mỗi video PR nội dung làm khá tinh tế & vẫn thu hút được lượng views khủng (hàng triệu views mỗi video PR), và theo dự đoán của mình mỗi video này có giá ~$1000-2000 (hên xui).



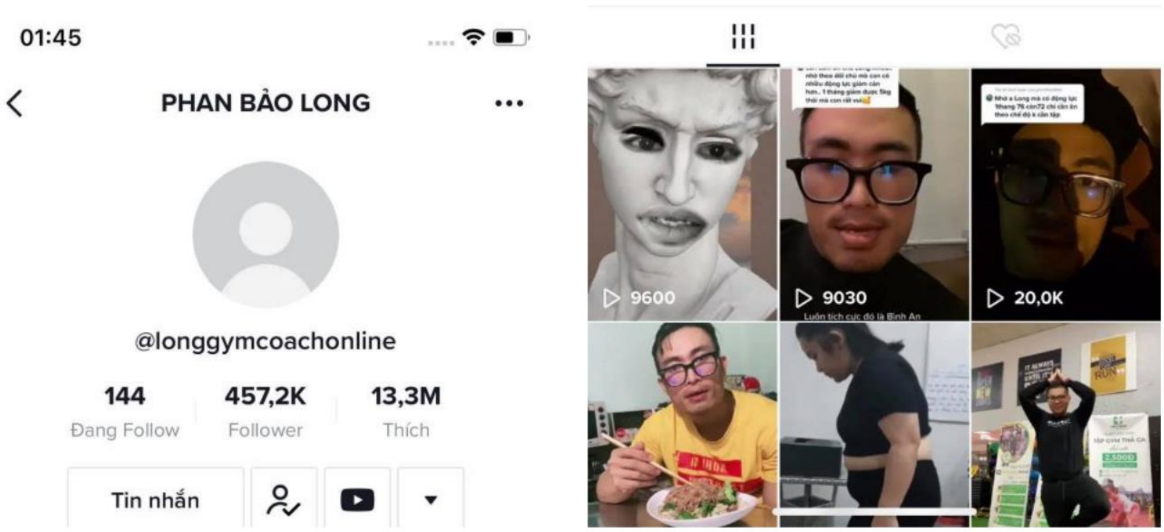
CASE STUDY CỦA TIKTOKER – KIÊN REVIEW (@KIENREVIEW90)

– Kênh hiện nay có 3,8 triệu lượt follow
– Mỗi video đều có trung bình 7-10 triệu lượt view
– Kênh Kiên Review luôn thuộc top kênh đề xuất trên trang chủ của Tiktok
– Case này được sự hỗ trợ ban đầu từ DC Media (của anh Donie Chu & Duy Muối), đây là đơn vị hỗ trợ truyền thông & xây kênh rất thành công, có thể nói là Top 1 hiện nay
.– Mỗi vid eo nhận review sản phẩm có thể giúp tạo ra hàng nghìn đơn từ post review (có thể tự kinh doanh hoặc dịch vụ review thuê)
– ...



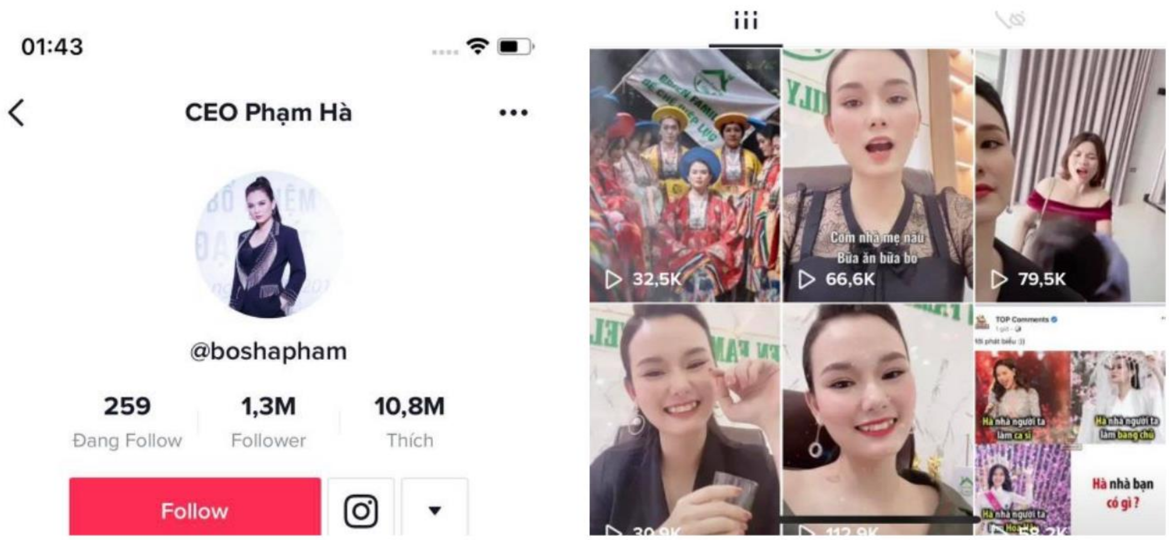
TIKTOKER – PHAN BẢO LONG (@LONGGYMCOACHONLINE)

– Anh Long cũng là một đồng hương với mình ở Đaklak
– Trước khi chơi Tiktok thì anh ấy cũng đã khá nổi tiếng, các bạn có thể search trên Google tên anh ấy để biết
– Hiện nay kênh Tiktok của anh ấy có trên 450.000 lượt follow
– Các nội dung chia sẻ về dinh dưỡng, cách giảm cân, tập gym,… (các nội dung làm khá basic & trả lời câu hỏi đơn giản).
– Song song đó anh ấy khéo léo chèn vào các dịch vụ coaching, khóa đào tạo, phòng gym ở Buôn Ma Thuột,… (cách làm này rất hiệu quả giúp anh ấy có thêm rất nhiều khách hàng mà không cần phải quảng cáo tốn kém chi phí)
– …



TIKTOKER – PHAN BẢO LONG (@LONGGYMCOACHONLINE)

– Anh Long cũng là một đồng hương với mình ở Đaklak
– Trước khi chơi Tiktok thì anh ấy cũng đã khá nổi tiếng, các bạn có thể search trên Google tên anh ấy để biết
– Hiện nay kênh Tiktok của anh ấy có trên 450.000 lượt follow
– Các nội dung chia sẻ về dinh dưỡng, cách giảm cân, tập gym,… (các nội dung làm khá basic & trả lời câu hỏi đơn giản).
– Song song đó anh ấy khéo léo chèn vào các dịch vụ coaching, khóa đào tạo, phòng gym ở Buôn Ma Thuột,… (cách làm này rất hiệu quả giúp anh ấy có thêm rất nhiều khách hàng mà không cần phải quảng cáo tốn kém chi phí)
– …



CASE STUDY CỦA TIKTOKER – CEO PHẠM HÀ (@BOSHAPHAM)

– Đây là một trong những case tiên phong & làm tốt nhất trên nền tảng Tiktok về chủ đề kinh doanh, chia sẻ triết lý, phát triển bản thân, kinh doanh,...
– Kênh của chị ấy hiện nay có 1,3 triệu follow
– Trước đây mình chưa từng biết chị Phạm Hà, nhờ Tiktok mà mình mới biết đến chị ấy (rõ ràng kênh Tiktok đã giúp thương hiệu cá nhân của chị ấy phủ đến hàng chục triệu người dùng trên nền tảng này)
– Chị Phạm Hà hiện tại đang kinh doanh Mỹ Phẩm, với việc xây dựng thương hiệu cá nhân rất tốt như này. Hoàn toàn có thể giúp chị ấy tạo ra NHIỀU-TỶ-ĐỒNG mỗi tháng khi kinh doanh
– ...

TỔNG KẾT NỘI DUNG

Một vài checklist sau là phần TỔNG KẾT để giúp bạn tổng kết keys & tăng chỉ số HÀNH ĐỘNG ngay!

– Tiktok là nền tảng rất tiềm năng trong giai đoạn 2021-2025 để khai thác làm marketing & kinh doanh tại thị trường Việt Nam

– Khi chúng ta xây dựng tốt kênh tiếp cận này, hoàn toàn có thể tạo ra lợi nhuận kinh doanh hàng tỷ đồng mỗi tháng, hàng triệu đô về dài hạn

– Hãy bắt đầu từ những cách thức đơn giản nhất, hãy bắt đầu LÀM NGAY & hoàn thiện dần (đừng chờ đợi sự chỉnh chu hay chuyên nghiệp)

– Nếu chưa có kết quả, đừng bỏ cuộc sớm, hãy nhìn lại case sai lầm & thất bại của mình để học hỏi. Và nếu ta tiếp tục KIÊN TRÌ làm tiếp thì kết quả sẽ dần đến. Bản thân mình cũng sẽ hoàn thiện tiếp trong giai đoạn tới rất nhiều

– …

> "Chúc bạn xây kênh Tiktok đạt hàng triệu lượt Follow & khai thác kiếm tiền tốt từ nó, tạo ra giá trị hữu ích cho người dùng. Good Luck!"

